

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

**ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ УПРАВЛЕНИЯ
И СОЦИАЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ**

Кафедра управления недвижимостью

РЕВОТЬКО
Анастасия Александровна

**МАРКЕТИНГОВАЯ СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ АГЕНТСТВА
НЕДВИЖИМОСТИ НА ПРИМЕРЕ ООО «АКАДЕМИЧЕСКОЕ»**

Дипломная работа

Научный руководитель:
кандидат экономических наук,
доцент В. Г. Булавко

Допущена к защите
«__» _____ 2015 г.
Зав. кафедрой управления недвижимостью
_____ Т. В. Борздова
кандидат технических наук, доцент

Минск, 2015

РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 62с., 3 рис., 17табл., 45 источников.

Ключевые слова: МАРКЕТИНГ, СТРАТЕГИЯ, МАРКЕТИНГОВАЯ СТРАТЕГИЯ, АГЕНТСТВО НЕДВИЖИМОСТИ, АНАЛИЗ, SWOT-АНАЛИЗ, ЭФФЕКТИВНОСТЬ

Объект исследования: агентство недвижимости г. Минска ООО «Академическое».

Цель исследования: разработка комплекса теоретико-методологических и практических положений по формированию маркетинговой стратегии агентства недвижимости ООО «Академическое» в условиях рыночной экономики.

Методы исследования: сравнительного, логического и сравнительного анализа, экономической статистики.

В процессе работы были раскрыты теоретико-методологические основы формирования маркетинговой стратегии организации, изучена нормативно-правовая база, регулирующая маркетинговую деятельность, проведён анализ деятельности агентства недвижимости ООО «Академическое», в частности, проведён анализ рыночных возможностей, изучена внутренняя и внешняя среда организации с помощью SWOT и PEST-анализа, выявлены сильные и слабые стороны агентства, проанализированы конкуренты. Результатом проведённого исследования стало установление целей маркетинговой деятельности, выработка модели рыночного поведения, разработка предложений по совершенствованию маркетинговой стратегии. Компетентный подход к управлению маркетинговой деятельностью агентства недвижимости обуславливает оптимизацию деятельности и развитие организации, служит основой для качественного удовлетворения потребностей клиентов, способствует повышению имиджа агентства недвижимости на рынке данных услуг.

Областью возможного практического применения являются рекомендации по повышению эффективности маркетинговой деятельности ООО «Академическое».

Автор работы подтверждает, что приведенный в ней расчетно-аналитический материал правильно и объективно отражает состояние исследуемого процесса, а все заимствованные из литературных и других источников теоретические и методологические положения и концепции сопровождаются ссылками на их авторов.

РЭФЕРАТ

Дыпломная праца: 62 с., 3 мал., 17 табл., 45 крыніц.

Ключавыя словы: МАРКЕТЫНГ, МАРКЕТЫНГАВАЯ СТРАТЭГІЯ, АГЕНЦТВА НЕРУХОМАСЦІ, АНАЛІЗ, SWOT-АНАЛІЗ, ЭФЕКТЫЎНАСЦЬ

Аб'ект даследавання: агенцтва нерухомасці г. Мінска ТАА «Акадэмічнае».

Мэта даследавання: распрацоўка комплексу тэарэтыка-метадалагічных і практычных палажэнняў па фарміраванні маркетынгавай стратэгіі агенцтва нерухомасці ТАА «Акадэмічнае» ва ўмовах рыначнай эканомікі.

Метады даследавання: параўнальнага, лагічнага і параўнальнага аналізу, эканамічнай статыстыкі.

У працэсе работы былі раскрыты тэарэтыка-метадалагічныя асновы фарміравання маркетынгавай стратэгіі арганізацыі, вывучана нарматыўна-прававая база, якая рэгулюе маркетынговую дзейнасць, праведзены аналіз дзейнасці агенцтва нерухомасці ТАА «Акадэмічнае», у прыватнасці, праведзены аналіз рынкавых магчымасцяў, вывучана ўнутраная і знешняя сфера арганізацыі з дапамогай SWOT і PEST-аналізу, выяўлены моцныя і слабыя бакі агенцтва, прааналізаваны канкурэнты. Вынікам праведзенага даследавання стала пастаўка мэт маркетынгавай дзейнасці, выпрацоўка мадэлі рыначных паводзін, распрацоўка прапанов па ўдасканаленні маркетынгавай стратэгіі. Кампетэнтны падыход да кіравання маркетынгавай дзейнасцю агенцтва нерухомасці абумоўлівае аптымізацыю дзейнасці і развіццё арганізацыі, служыць асновай для якаснага задавальнення патрэбаў кліентаў, спрыяе павышэнню іміджу агенцтва нерухомасці на рынку гэтых паслуг.

Вобласцю магчымага практычнага прымянення з'яўляюцца рэкамендацыі па павышэнню эфектыўнасці маркетынгавай дзейнасці ТАА «Акадэмічнае».

Аўтар працы пацвярджае, што прыведзены ў ёй разлікова-аналітычны матэрыял правільна і аб'ектыўна адлюстроўвае стан доследнага працэсу, а ўсе запазычаныя з літаратурных і іншых крыніц тэарэтычныя і метадалагічныя палажэнні і канцэпцыі суправаджаюцца спасылкамі на іх аўтараў.

ABSTRACT

Diplomawork: 62p., 3fig., 17tables, 45sources.

Keywords:MARKETING, STRATEGY, MARKETING STRATEGY, REAL ESTATE AGENCY, ANALIZ, SWOT ANALYSIS, EFFICIENCY

The object of the research is real estate agency of "Academic".

The subject of the study – development of a complex of theoretical and methodological and practical provisions on formation of marketing strategy of JSC Academic real estate agency in the conditions of market economy.

Research methods: comparative, logical and comparative analysis, economic statistics.

In the course of work theoretical and methodological bases of formation of marketing strategy of the organization were opened, the standard and legal base regulating marketing activity is studied, the analysis of activity of JSC Academic real estate agency is carried out, in particular, the analysis of market opportunities is carried out, is studied internal and environment of the organization by means of SWOT and PEST analysis, are revealed strong and weaknesses of agency, are analyzed the competitors. Establishment of the purposes of marketing activity, development of model of market behavior, development of suggestions for improvement of marketing strategy became result of the conducted research. Competent approach to management of marketing activity of real estate agency causes optimization of activity and development of the organization, forms a basis for qualitative satisfaction of needs of clients, promotes increase of image of real estate agency in the market of these services.

Area of possible practical application are recommendations about increase of efficiency of marketing activity of JSC Academic.

The author of the work confirms that resulted in her settlement and analytical materials correctly and objectively reflects the state of the test process, and all borrowed from literature and other sources of theoretical and methodological principles and concepts are accompanied by references to their authors.